

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berikut ini yang dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai “Pengaruh Persepsi, Promosi, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul”:

1. Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara. H_0 ditolak dan H_a diterima karena hasil pengujian menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,180 > 1,98638$) dan hasil uji statistik menunjukkan nilai p value (sig) 0,000 berada di bawah taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara sebagian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi **dapat diterima**.
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara. Karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-0,172 < 1,98638$) dan hasil pengujian statistik menunjukkan nilai p value (sig) 0,864 berada di atas 0,05 (tingkat signifikansi), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti Promosi tidak berpengaruh (berpengaruh negatif dan tidak signifikan) terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara **ditolak**.
3. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara. Diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,766 > 1,98638$) dan hasil pengujian statistik nilai p value (sig) 0,000 berada di bawah 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa Pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara **dapat diterima**.

B. Saran

Penelitian tentang “Pengaruh Persepsi, Promosi, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara” dilakukan oleh peneliti pada nasabah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara. Temuan peneliti dapat membantu menunjang kemajuan kualitas dan kuantitas serta meningkatkan ekonomi dan bisnis masyarakat, yaitu:

1. Bagi Pihak Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara
Strategi promosi menjadi hal yang sangat penting dilakuka untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk pegadaian. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan kepada masyarakat harus jelas sehingga nantinya masyarakat terpengaruh untuk menggunakan produk pegadaian syariah.
2. Bagi masyarakat
Masyarakat dapat mengambil manfaat dari penelitian ini dengan mendapatkan gambaran mengenai produk-produk yang tersedia di pegadaian syariah. Keterlibatan masyarakat berperan penting dalam menarik nasabah baru ke pegadaian. Dengan peningkatan jumlah nasabah maka dapat menambah profit bagi lembaga.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menambahkan variabel atau meneliti hal lain hingga mendapat hasil yang lebih baik. Penelitian ini dapat dijadikan acuan dan koreksi untuk hasil yang maksimal.

